

# Cumhuriyetin 70. yılında Türk turizmi (1923-1993)

YRD.DOÇ.DR.MEHMET ÖZDEMİR

*Ülkemiz turizm alanında, özellikle son on yıl içerisinde hiçbir rakip ülkeye nasip olmayacak bir gelişme göstermiştir. Nitekim Dünya Turizm Örgütü Türkiye'yi son yıllardaki performansı nedeniyle turizm döviz girdisinde ilk sıraya oturtmuştur.*

### A) Turizmin Tanımı

Turizm olayı ve turizm kavramının belirlenmesi için çeşitli yaklaşımlarda bulunmuş nominal tanımlar, ekonomik yönlü tanımlar, üniversal tanımlar olmak üzere konunun açıklığa çıkarılmasına gayret edilmiştir. Bunların arasında "Uluslararası Turizm Uzmanları Birliği"nin (AIEST - Association International d' Experts Scientifiques du Tourisme) İtalya'nın Palermo şehrinde 1954 yılında toplanan kongresi Hunziker ve Kraft'ın yaptığı tanımı çalışma konusu olarak ele alarak "seyahat" unsuru ile tamamlanan tanım şu şekli almıştır.

"Turizm, yabancıların seyahat ve devamlı, asli kazanç elde etme faaliyeti için yerleşmeye dönüşmemek şartıyla konaklamalarından doğan ilişkilerin ve olayların bütünüdür."

Ekonomik İşbirliği ve Kalkınma Örgütü (OECD) ise "yabancı turist" kavramı ile ilgili olarak şu tanımı benimsemiştir.

"Devamlı oturduğu ülkenin dışında herhangi bir ülkeyi ziyaret eden kişi, yabancı turisttir."

#### ABSTRACT

#### TURKISH TOURISM IN 70. ANIVERSARY OF THE REPUBLIC (1923-1993)

This article explains, from a historical point of view the state that Turkish tourism passed from the century till today. The present state of tourism sector in Turkey is examined in conclusion section.

Dr. Mehmet Özdemir, Hacettepe University, Department of Sociology, Beytepe, Ankara, Turkey.

\* Bu yazı TRT AVRASYA kanalında aynı adla yayınlanan bir programın metnidir.

"Turizm" konusuyla ilgili olarak pek çok tanım verildiğini görüyoruz. Bütün bu tanımların incelenmesinden, "Turizm Nedir?" sorusuna cevap ararken, turizmin bir bilim, her bilimin olduğu gibi, sanatta süslenen bir disiplin olduğunu söyleyebiliriz. Gerçekten de turizm "ziyaretçileri cezbetme, taşıma, barındırma ve ihtiyaçlarıyla isteklerine genellikle hizmet etme bilimi, sanatı ve işidir."

### B) Türkiye'nin Turizm Değerleri ve Önemi

Türkiye'nin turizm değerlerinde kendisine rakip Akdeniz ülkelerinde ender rastlanabilecek bir çeşitliliğe sahiptir. Ülkenin bu konudaki çekiciliği en çok, uçsuz bucaksız uzanan ormanlar, nehirler ve dağlar kadar, 8.000 km. uzunluğundaki kıyı şeridi üzerinde yer alan çok sayıda plajlar oluşturmaktadır.

Asya ile Avrupa arasında köprü vazifesi görmesi nedeniyle Türkiye'nin kültürel mirası çok zengindir. M.Ö. 4000 yılına kadar uzunabilen tarihiyle, Türkiye pek çok uygarlığın beşiği olmuştur.

Bu uygarlıkların her biri üst düzeyde arkeolojik değerler oluşturmuşlardır. Paleolitik devir kalıntılarının yanı sıra Hitit'ler, Lidyalılar, Frigyalılar, Pers'ler, Grek'ler, Roma'lılar, Selçuk ve Osmanlı Türkleri önemli kalıntılar bırakmışlardır.

Ülkede halen kazısı yapılmamış antik kentler ve höyükler olduğu kadar dini siteler ve tarihi değer taşıyan alanlara da rast-

lanmaktadır. Bunların arasında Antakya, Aspendos, Efes, Bergama, Side, Truva ve İstanbul yer almaktadır. Tarihi değerini yanı sıra güzelliği ile ün yapan yerler arasında, İstanbul Boğazı, Göreme ve çevresi, Çanakkale, Ağır Dağı, Pamukkale, Van Gölü, Karadeniz kıyıları, Ege ve Akdeniz'de sayabiliriz.

Boyutları nedeniyle, Türkiye çeşitli iklim koşullarının etkisinde kalmaktadır. Yıllık ortalama güneşli gün sayısı kuzeyde 150 gün ile, güneyde 300 gün arasında değişmektedir. Güney Ege ve Batı Akdeniz kıyılarının kitle turizmi için belirlenmiş gelişim alanlarında, Nisan'dan Ekim'e kadar 210 gün turizm mevsimi sürmektedir.

Aynı zamanda coğrafi bakımdan, Türkiye 4 saatlik direkt uçuş mesafesinde bulunması nedeniyle, turist gönderen bütün Avrupa ülkeleri için ideal bir konumdadır. Orta Doğu'nun petrol bakımından zengin ve yüksek turist potansiyeli olan ülkelerinde hayli yakın olması diğer bir avantajdır.

Turistik değerler açısından, Türkiye zengin kültürü, yumuşak iklimi ve doğa güzelliklerinin çeşitliliği bakımından Akdeniz'in ileri gelen piyasaları için ciddi bir rakip olması mümkündür.

Durum böyle olunca, Türkiye turizm kesiminde gerekli alt ve üst yapıyı uluslararası düzeye çıkarabilmek için önemli yatırımlar gerçekleştirmektedir. Belli başlı tatil alanlarında kitle turizmi açısından yeterli konaklama tesislerinin bulunmaması, Türkiye'nin rekabet olanağını bir hayli zayıflatmıştır. Diğer bir deyişle, Türkiye konaklama kapasitesini yükselttiği ve diğer rakip ülkelerdekine kıyasla turistlerin satınalma güçlerinde meydana gelecek düşüşleri önlediği ölçüde bölgede ciddi rekabet gücüne sahip olabilir.

Türkiye son on yılda (özellikle 1985-1990) bu eksikliğini örneğine hiçbir ülkede rastlanmamış bir hamleyle önemli ölçüde gidermiş ve turizmde rakibi olan pek çok ülkeden, pek çok hususta ileriye geçmiştir.

## C) Turizm Endüstrisi ve İnsan Unsuru

Turizm çağımızda çok çeşitli fonksiyonların bir örgü teşkil etmiş olduğu bir endüstri haline gelmiştir. Bu endüstri içerisinde pek çok kişi, kurum, kuruluş ve ülkeler gelir elde etmektedir.

Turizm endüstrisi içerisinde birinci derecedeki turizm kurumları arasında ilk sırayı, turistik mal ve hizmetlerin üretimi ile ilgili kurumlar almaktadır. Bu kurumların varlıkları turizm olayına bağlı olup, üretimleri de turizm olayı ile ortaya çıkan ihtiyaçları tatmine yönelmiştir. Turistik mal ve hizmetler ile ilgili kurumlar arasında her eşit konaklama tesisleri, tamamen turizm olayına bağımlı olan ulaştırma kuruluşları, geniş ölçüde turistlerin talep ettiği hizmetleri üreten işletmeler, turizmi teşvik edip, destekleyen kuruluşlar sayılabilir.

Turizmin temel fonksiyonları ile ilgili sorunları, bir diğer bakışla bir saç ayağına benzetilebilir ve bu üç ayak birbirlerine bağlı bulunurlar.

- Konaklama,
- Ulaştırma,
- Seyahat acentaları.

Konaklama işletmeleri tarihin çok eski devirlerine kadar dayanmaktadır. Bu işletmelerle ilgili olarak Türk tarihinde de çok ilginç örnekler vardır. Kervansaraylar bunların en önemlilerindedir. Asırlar boyunca yiyecek ve konaklama endüstrisi genişlemiş ve önem kazanmıştır. Bu endüstri, bugün, Amerika'da satış ve emek istihdamı açısından en büyük hizmet endüstrilerinden birisidir. Otellerdeki görevlerin çoğu halâ el emeğine dayandığı için; yapılan ciroya göre bu iş alanında çalıştırılan insanların sayısı, imalat endüstrilerinde çalıştırılanlardan çok daha fazladır. Modern otel işletmecilerini, durmaksızın artan maliyetle başedebilmek için araştırmaya yönelten işte bu faktördür.

Diğer pek çok sanayi dalında, kol gücünün yerini otomasyon almıştır. Ama, bir otomasyon büyük konaklama işletmelerinde muhasebe, stoklama ve rezervasyon gibi alanlarda bilgisayarların kullanılması bir

yana bırakılacak olursa, hızla artan emek maliyetinin baskısına rağmen, yataklar halâ insan emeğiyle yapılmakta, odalar insan tarafından temizlenmekte, yemekler aşçılar tarafından hazırlanmakta, servis insanlar tarafından görülmekte, kısaca; insanlar bir konaklama işletmesine gelişlerinde insanlar tarafından görülmekte ve ayrılışlarında insanlar tarafından uğurlanmaktadır.

Bizim sık sık üzerine basarak değindiğimiz gibi *"Sektörümüz insanın insana hizmet etmekte olduğu bir sektördür. Bilim ve teknik ne kadar ilerlese ilerlesin, bu sektörde insana robotlar hizmet etmeyecektir."*

İşte, turizmin bu yönü çeşitli ülkelerin insanların yakınlaşmasına ve kaynaşmasına da sebep olmaktadır. Turizm sektörü bir ülkenin tanımında en önde gelen enstrümanlardan birisi durumundadır.

## D) Türkiye Turizminin Çeşitliliği

Türkiye, kıta Avrupa'sında doğusunda ve Avrupa - Asya Kit'alarını birbirine bağlayan bölgede yer alır. Kuzeyi Karadeniz, batısı Ege Denizi ve güneyi Akdeniz ile çevrilidir.

Türkiye'nin Avrupa - Asya kıtaları arasında, bu iki kara parçasını birbirine bağlayan yarımada da bulunmasından toplam 11.086 km'lik sınır seridinin yüzde 75 oranındaki 8.333 km'lik bölümü sahil bandını teşkil eder.

Orta iklim kuşağında bulunan Türkiye'de farklı iklim türleri görülerek, ortalama yıllık sıcaklık güney kıyı bandında 18-20 °C, batı kıyı bandında 14-15 °C ve iç kesimlerde ortalama deniz seviyesinden yüksekliğe göre de 4-18 °C arasında değişiklik gösterir.

Yaz mevsiminin en sıcak olduğu Temmuz ve Ağustos aylarında Ege ve Akdeniz sahil bandı ortalama 27 °C ve daha fazla, Marmara ve Karadeniz sahil bandında ortalama 22-24 °C sıcaklık görülür.

Yayla ve dağ yamaçlarında ise bu aylar oldukça serin geçer.

Marmara Bölgesi'nde Haziran-Eylül ortalama deniz suyu sıcaklığı 20 °, ortalama güneşleme saati 6 ° dir. Ege Bölgesi'nde ise ortalama deniz suyu sıcaklığı 22 °, günde ortalama güneşleme saati 8'dir. Akdeniz Bölgesi'nde yıllık ortalama deniz suyu sıcaklığı 22 °, yıllık ortalama güneşleme saati, 8'dir.

Kısaca belirttiğimiz bu fiziki özellikler nedeniyle Türkiye turizmi **"Deniz-Güneş-Kum"** (Sea,Sun, Sand) 3 S şeklinde formüle edilebilir. Bu özellik, tatil turizminin temel nedenidir. Bu özelliğinden dolayı da Türkiye özellikle Orta ve Batı Avrupa ile Kuzey Avrupa'nın en önemli tatil seçeneğidir. Bu turizm çeşidi, Türk turizminin belkemiği ve en önemli potansiyelidir.

Turizm türleri genelde; dinlenme turizmi, kültürel turizm, sosyal yönlü turizm, spor turizmi, ekonomik turizm, politik turizm olarak sıralanabilir. İnsanın duygu, düşünce ve zevklerini meydana getiren motifler çok zengin olduğundan, yukarıda sıraladığımız turizm çeşitleri de kendi aralarında birçok tiplere ayrılırlar. Mesela eğlence ve boş zamanı değerlendirme amacıyla yapılan rekreasyon turizmi içinde; kültür, spor, av gibi unsurlar olabilir.

Türkiye hemen her çeşit turizm faaliyeti için ideal bir ülkedir.

Anadolu'nun tabii oturuşu her çeşit turizm faaliyetine müsaittir. Türkiye'nin coğrafi konumu; Doğu ile Batı arasında tabii bir köprü oluşturması ve muhteşem doğa çeşitliliği en büyük avantajı sağlamıştır.

Ayrıca Anadolu, önyasya'da gelişen medeniyetlerin birçoğunun doğum yeri ve sahibidir. Efsanelerin diyarıdır, bir tarih hazinesidir. Dünyada görülmemiş bir şekilde yüzden fazla uygarlığın beşiğidir.

Bu iki önemli özellik kültür turizminden termal turizme, yat turizminden dağ turizmine kadar pek çok turizm tipine Türkiye turizminin çeşitliliğini oluşturmaktadır.

Türkiye, bilhassa orta yükseklikte dağ ve ormanlık yörelerde kış mevsiminde kar yağışlarının etkili olması, karın yerde kalma süresinin uzun ve kar kalınlıklarının üç metreye ulaşması nedeniyle kış turizmi yapılmasına çok elverişlidir. Bu özellikteki yöreler de ülkemizde geniş yer kaplamaktadır.

Türkiye'nin genel jeolojik konumuna göre Batı Anadolu'da volkanik alanlarda ve Kuzey Anadolu fayı boyunca yoğun sıcak su kaynakları bulunmaktadır.

Türkiye jeotermal kaynak zenginliği bakımından dünyada ilk on ülke arasında yer almaktadır.

Termal turizm; tüm yıl turizm yapma imkânı sağladığı için diğer turizm çeşitleri ile entegre olarak uygulanabilmesi kolayca mümkün olmakta, dağlık, ormanlık bölgelerde kısaca yurdun her bölgesinde bulunması sayesinde, termal turizm çeşitinin

deniz, kış sporları, av, golf, üçüncü yaş, kongre, dağ turizmi ile birlikte değerlendirilmesi mümkündür. Ayrıca Avrupa ülkelerinde kür mevsiminin 120 gün civarında olmasına karşılık, Türkiye'de bu sürenin 300 günü geçmesi yurdumuz için çok önemli bir özelliktir. Dolayısıyla termal turizm Türkiye için önemli bir turizm çeşitlidir.

Ülkemiz av hayvanları yönünden de oldukça zengin sayılmaktadır. Ayrıca avcılık geleneksel bir Türk sporudur. Av ve yaban hayvanları türleri yönünden zengin olan ülkemizde, gerekli bazı koruma tedbirlerinin alınmasıyla, kaynakların çoğalmasını sağlamak ve av turizmi yönünden aranan bir ülke haline gelmemiz mümkündür.

Yoğunlaşan ve çeşitlenen turizm talebi içerisinde insanların özgürlük, tabiata yakınlık, amatör spor zevkinin tatmini, yeni yerler keşfetme ve kentleşmenin olumsuz etkilerinden uzaklaşma isteklerine cevap veren yat turizmi, Avrupa ülkelerinde, özellikle Akdeniz'de giderek önem kazanmıştır. Yat turizminin özellikle Akdeniz'de yoğunlaşması; söz konusu suların yelkenle seyir imkanı sağlayan rüzgarlarından, korunmalı tabii koylarından, koyların sıklığı nedeniyle limanlar arasındaki seyir mesafesinin kısalığından, mevsimin uzunluğundan, Akdeniz'de kıyısı bulunan ülkelerin çokluğu sebebi ile farklı ülkelere gitme isteğinin tatmininden kaynaklanmaktadır.

Türkiye yat turizmi açısından çok elverişli bir konumdadır. Türkiye'nin turizm gelirlerinden bir kısmı da yat limanlarından sağlanmaktadır. Yat limanlarımızın sayısı ve kapasitesi artırıldığı takdirde, bugün Turizm Bakanlığı'ndan belgeli 19 yat limanından elde edilen yüzde altı nisbetindeki turizm gelirinin çok daha yükseğe çıkması mümkündür.

Türkiye dinî turizm açısından da çok önemli bir durumdadır. Kutsal kitaplarda sözü edilen Tufan Olayı ve Nuh Peygamber'in gemisi Anadolu ile ilgilidir. Hazreti İbrahim'in ateşe atıldığı yer Urfa'dır. Ünlü tapınak Artemis, Efes'tedir. Hazreti Meryem'in son ikametgahı Panaya Kapıkulu İzmir'de, ünlü Noel Baba'nın mezarı Antalya'dadır.

İlk Hristiyanların gizlendiği ve kiliselerini, taşları oyarak yaptıkları Kapadokya, özgün doğası ile de ünlüdür.

Nihayet Hazret-i Eyüp'ün türbesi ve

*Doğayla içiçe, ülkemizin tabii güzelliklerini en güzel bir şekilde sergileyen, yetişmiş personel ihtiyacını temin etmiş, işletmeciliğini bilimsel yöntemlerle uygulayan, çağın en ileri teknolojisini kullanan, pazarlamasını realist ölçüler içerisinde gerçekleştirmiş tesisler yurdumuzu yüz akıyla temsil etmektedir.*

Hazret-i Muhammed'e ait kutsal emanetler İstanbul'dadır.

Türkiye, turizm zenginliği ve çeşitliliği açısından önder bir ülkedir.

Türk turizmi her geçen gün; rafting, trekking, buharlı tren, eko turizm gibi tiplerle portföyünü zenginleştirmektedir.

## E) Türkiye'nin Tanıtımında Turizm ve Turizm Eğitimi

Türkiye'nin dış tanıtımında "Turizm" en önemli enstrümandır. Türkiye'nin bugün her zamankinden daha fazla dış tanıtıma yönelmesinde kesin bir zorunluluk vardır.

Türkiye, tarihi içerisinde sıcak savaşların dışında, sürekli bir psikolojik savaşın içinde tutulmuştur. Türkiye lehine yılmadan sürdürülen ve ülkemizi dış dünyaya yanlış ve çarpıtılarak tanıtılmak istenilen oyun ancak "Turizm" yoluyla bozulabilir.

Günümüzde tanıtım metodolojisindeki en önemli teknik "Birebir tanıtım"dır. Yani, insanın tanıtılacak olan şeyi kendi gözleriyle görmesidir. Gerek ülkemiz ve gerekse insanımız hakkında verilmek ve yerleştirilmek istenilen olumsuz imajlar ancak gerçeğin görülmesiyle ortadan kalkabilir. Bu da ülkemizin ve insanımızın yerinde görülmesi, birlikte yaşanılması, karşılıklı temas kurulması, yani kısaca "Turizm" yoluyla mümkün olur.

Türkiye'nin dış turizmi ne nisbette artarsa, Dünya'daki Türkiye ve Türk dostları o oranda artacaktır.

Türkiye'yi ve Türkleri tanıyan kesimlere, Türkiye ve Türkler hakkında olumsuz propaganda yapmak olanağı ortadan kalkacaktır.

Esasen milli ve toplumsal özelliklerinden en önemlisi olan "konukseverlik", milletimizi turizme yatkın kılmaktadır. Ancak maalesef çeşitli nedenlerle toplumumuzda belli ölçülerde görülen deformasyon ve bilinçsizlik, özellikle kitlesel turizm eğitimi için ön palana çıkarmaktadır. Özellikle turizm olayı sosyo-ekonomik ve sosyo-kültürel nitelikte bir çevreye dayandığından,

turizm politika ve plânlamalarında bu çevrenin etkileri ve korunmasıyla ilgili önlemler belirlenmeli, turizmin öngördüğü dinamik yaşam bilincini toplum bireylerine verecek ciddi bir turizm eğitimi uygulanmalıdır.

Dış tanıtıma, değişik araçlardan yararlanarak bir mesajın insandan insana transferi işlevidir. İnsanımız ne kadar iyi yetişirse, mesajını o kadar rahat ve mükemmel verebilir.

Örgün eğitimin her kademesinde, ortaokul-lise seviyesinden, doktora düzeyine kadar Türkiye'de turizm eğitimi verilmektedir. Orta öğretimde, üniversitelerimizde, yüksek meslek okullarında münferit veya bölümler halinde turizm işlenmektedir. Ayrıca çeşitli özel eğitim kurumları çeşitli programlar düzenlemektedirler.

Dünya turizm endüstrisinin en önemli temel sorunu, turizm eğitimi sorunudur.

## F) Türkiye'de Turizmin Başlaması

Turizm, 20. yüzyılın bir olgusu, sosyal ve ekonomik bir olaydır.

Bugünkü anlamıyla "Turizm" deyiminin 19. yüzyıl sonlarına doğru kullanıldığı görülür.

Araştırmalar göstermektedir ki, bütün insan toplumlarında yer değiştirme, başka bir yere gitme ve görme, diğer bir deyimle "Seyahat" olayı, amacı ne olursa olsun, bireyin ve toplumun kültür seviyesi ve refah durumu ile orantılıdır. Yani uygarlık düzeyi ile çok yakından ilişkilidir.

Eski Türk medeniyetlerinde de (Özellikle Selçuklu ve Osmanlı devletleri) seyahat olayı ve yan unsurları (yollar, kervansaraylar, hanlar) çok gelişmiştir.

Yakın tarihimizde turizm ise Osmanlı Devleti'nde sanayileşme çabaları ve Sergi Umum-i Osmani (1863 İstanbul Uluslararası Sergisi) ile başlamıştır.

Edirne'de 1860'ların sonlarında açılan ilk otel "Auberge de l'Etoile" geleneksel han yapısı üzerine inşa edilmiştir.

Yabancı turistlerin İstanbul'a rağbe-

göstermeye başlamalarının ikinci ve önemli bir adımı da, Orient Ekspres seferlerinin başlamasıdır.

Orient Ekspres, 1876 yılında Belçika'da kurulan Wagons Lits adlı şirketin Paris ile İstanbul arasında gerçekleştirdiği seferin adıdır. Şirket, 1883 yılında birçok yeni hattı işletmeye açarak büyük bir ağıla geçmiştir. Aynı yıl, 5 Haziran 1883 tarihinde ilk Orient Ekspres seferi yapılarak, Doğu ile Batı birleştirilmiş oldu. Böylece de İstanbul'un turistik sloganı "Where the East Meets West" olarak kaldı. Wagons Lits'nin yayılışıyla birlikte şirkete bağlı büyük oteller ya da "Place"ler, bizim dilimizde de "Palas"lar kurulmaya başladı. Aynı şirket tarafından İstanbul'da 1892 yılında bir otel açıldı. Pera Palas, İstanbul'a gelen Orient Ekspres konuklarını ağırlamak için inşa edilmiştir.

Çoğunlukla yabancılara hizmet veren otellerin, İstanbul'da da bu unsurların çok bulunduğu yerlerde kurulduğu gözlenmektedir. İstanbul'daki yabancıların ve gayri müslümlerin çoğunlukta bulunduğu Pera veya bugünkü adıyla Beyoğlu, bunların başında gelmektedir. Tabii bu otellerin çevresini de; Cafe Riche, Cafe Tortini, Cafe Valaury, Cafe Flamme, Cafe Couronne, Cafe de Commerce, Cafe Chantant v.s. gibi gündüz cafe, gece meyhane çalgılı gazinolar sarar.

Galata'dan Beyoğlu'na kayışa benzer bir gelişme de, Boğaz'ın Büyükdere ve Karaböğaziye köylerinde gözlemlendi. İstanbul adaları 19. yüzyılda mütena sayfiye bölgeleri haline gelince İngilizler buralarda oteller açılmasına önyak oldular. Asyriya yakasında önemli bir İngiliz kolonisinin açtığı Moda yarımadasında da oteller açıldı. Öte yandan Sirkeci Tren İstasyonu hizmete açıldıktan sonra istasyon yakınında birkaç otel kurulmasına rağmen, Anadolu Demiryolu'nun başladığı Haydarpaşa İstasyonu civarında benzer bir gelişme olmadı.

Beyoğlu otelleri genellikle büyükelçilerin civarında bulunurdu. Bunların isimleri de sahiplerinin milliyetini gösterir. "Grand-Hotel Français", "The Prince of Wales", "Hotel de Breslau", "Hotel d'Angleterre", "Hotel de Rome", "Hotel d'Athènes" vs gibi Batı istasyon yakınında kaçınılmaz olan "Hotel du Terminus" ya da "Hotel de la Gare" lara Sirkeci de maalesef rastlanmaz. Sirkeci otellerinin sahipleri ise gelişmiş işçüüne sahip olduklarından ya da coğrafi kavramlara yakınlıklarından dolayı işletmele-

*Türkiye, tarihi içerisinde sıcak savaşların dışında, sürekli bir psikolojik savaşın içinde tutulmuştur. Türkiye aleyhine yılmadan sürdürülen ve ülkemizi dış dünyaya yanlış ve çarpıtılarak tanıtılmak istenilen oyun ancak "Turizm" yoluyla bozulabilir.*

rinde "Hotel d'Eurohe", "Hotel de Sofia", "Hotel de Andrinople" gibi adlar verirlerdi. Yalnız dul bir Fransız'ın, istasyonun tam karşısında "Hotel-Restaurant-Braserie des Chemins de Fers Orientaux" adlı oteli işlettiği biliniyor.

Bu oteller belli ülkelerden insanların biraraya gelerek kendi yemeklerini, alıştıkları sarapları buldukları; en önemlisi yöneticilerin müşterileri için bulundurduğu gazeteleri "Cabinet de Lecture" de okudukları küçük birer sığınaktı. Almanların, Avusturyalıların, Macarların, İtalyanların ve Fransızların kendi otelleri vardı. Orta Avrupalı Yahudilerin bile bir oteli vardı ki bunun Beaderer de "Yedişşçe konuşulur" diye ilan yayınlanmıştı. Bu tür ilanlarda ulusal beğeniler dile getirilirdi; örneğin Fransızların işlettiği oteller "cuisine français, bonvin" temalarını işlerdi.

Daha sonraları, Cumhuriyet Devri'nde Park Otel ayrı bir ün yapmıştır. Murat Oteli, Beler Oteli, Tokatlıyan, Avrupa Oteli, Emperyal Oteli, Florya Oteli, Alp Oteli, Londra Oteli, Yenişehir Oteli, Bristol Oteli, Kondinental Oteli, Pera Palas, Novotni Oteli, Hotel Enternasyonel gibi otelleri; Beyoğlu'nun yakın tarihimizdeki ünlü, herbirinin ayrı bir tarihi ve birçok maceralara ve hatıralara sahne olan geçmişe sahip otelleridir.

Otelciliğimizin yeniçağı ise 1955 yılında devreye giren İstanbul Hilton Oteli ile başlamıştır. Bu yıl aynı zamanda bir başka önemli olayın da başlangıcı olmuştur. Sektör bankası olarak kurulan Türkiye Turizm Bankası (T.C.Trizm Bankası A.Ş.), turizm yatırımlarına kredi vermek, turizm yatırımları ve turistik tesis işletmeciliğinde bulunmak üzere devreye girmiştir.

## E) Bugünkü Türkiye'de Turizm

Türkiye turizmde genç bir ülkedir. Turizm Bakanlığımız bile ancak 1963 yılında kurulmuştur. İçinde bulunduğumuz yıl, Cumhuriyetin 70. yıldönümünde 30. yılını kutlamaktadır.

Ama ülkemiz turizm alanında, özellikle son on yıl içerisinde hiçbir rakip ülkeye nasip olmayacak bir gelişme göstermiştir.

Nitekim Dünya Turizm Örgütü Türkiye'yi son yıllardaki performansı nedeniyle turizm döviz girdisinde ilk sıraya oturtmuştur.

Turistik belgeli yatak sayımız üyüzü-bini geçmiştir. Ayrıca Türkiye Akdeniz çanağının en modern tesislerine sahip ülke konumuna gelmiştir. Tabiiyle elde edilen bu sonuç; Cumhuriyet hükümetleri tarafından sektöre sağlanan teşvikler, uygulanan dışa açık serbest pazar ekonomisi, ülkemizdeki istikrar ve güven ortamı, bunlardan da önemlisi halkımızın turizme sahip çıkmasıyla alınmıştır. Tabii burada sektörün tüm mensuplarının olumlu katkılarını da ifade etmeden geçmek mümkün değildir.

Türkiye'de hiçbir sektörde turizmde olduğu kadar hızlı bir gelişme meydana gelmemiştir. Ülkemizde son on yıl içinde yeni turizm kentleri meydana gelmiştir. Kemer, Çamyuva, Belek, Beldibi yeni turizm şehirlerimiz arasındadır. Akdeniz ve Ege'de yeni yapılan turistik tesisler, Avrupa'nın en gözde işletmeleridir. Çünkü bu yapılarda en son teknolojinin bulgu ve imkânları kullanılmıştır. Rakip ülkelerdeki turizm tesisleri ise eskimiş, modalarını yitirmiştir.

Doğayla içiçe, ülkemizin tabii güzelliklerini en güzel bir şekilde sergileyen, yetişmiş personel ihtiyacını temin etmiş, işletmeciliğini bilimsel yöntemlerle uygulayan, çağın en ileri teknolojisini kullanan, pazarlamasını realist ölçüler içerisinde gerçekleştirmiş tesisler yurdumuzu yüz akyıla temsil etmektedir.

Turizm kaypak zeminde yapılmaktadır. Turizm sektörü Dünya'nın veya ülkenin olumsuz koşullarından en çabuk etkilenen sektördür.

Ancak Türkiye'nin turizmde geleceği çok aydınlıktır. Yukarıda çizmeye çalıştığımız güzel manzara, bulunduğumuz noktanın yeterli olduğu anlamına gelmemelidir. Ülkemiz, tabii ve kültürel potansiyeli ile bu durumun çok daha ilerisine ulaşmaya layıktır. Hedef, uluslararası pazarda Türkiye'yi gerçek yerine en kısa sürede ulaştırmaktır.□